



## **PREFERENCIAS DE LOS CONSUMIDORES CHILENOS POR ATRIBUTOS DE CALIDAD EN CARNE DE VACUNO: UN ANÁLISIS CONJUNTO**

**CHRISTIAN ALBERTO PONCE ROSALES  
INGENIERO AGRONOMO**

### **RESUMEN**

Con el objetivo de evaluar las preferencias de los consumidores chilenos por ciertos atributos diferenciadores de la carne de vacuno, se llevó a cabo un estudio empleando la metodología de Análisis Conjunto. Un total de 521 consumidores de las ciudades de Talca, Rancagua y Santiago fueron consultados, respondiendo un cuestionario especialmente diseñado. Como producto base para el estudio conjunto, se utilizó 1 kg de posta de vacuno. Además un conjunto de cuatro atributos (aseguramiento de la calidad, país de origen, sistema de producción y precio) fueron considerados en la evaluación. Mediante un diseño ortogonal, generado con el software estadístico SPSS v. 12.0, se definieron nueve perfiles de productos hipotéticos, los cuales fueron ordenados por los consumidores de acuerdo a sus preferencias. Los resultados obtenidos a través del modelo conjunto señalan que el atributo "aseguramiento de la calidad" es el que domina el comportamiento de elección de los consumidores. Por otro lado, se logró identificar cuatro segmentos o grupos de consumidores bien definidos, siendo mayor el segmento de consumidores en el cual la decisión de compra es dirigida principalmente por el atributo "aseguramiento de la calidad". Por otra parte, mediante una simulación de mercado, se estableció que el corte de carne de vacuno que alcanza la mayor participación de mercado es aquel producido bajo el empleo de un sistema de aseguramiento de la calidad, considerando protocolos de bienestar animal, producido en Chile y con un precio de \$3.290. Es importante señalar que éste estudio cuenta con algunas limitaciones, las cuales deben ser consideradas a la hora de interpretar los resultados

generados aquí. Por último, es recomendable desarrollar nuevas investigaciones con el objetivo tendiente a indagar la disposición a pagar por atributos diferenciadores, y para corroborar los resultados de preferencias obtenidos en este estudio.

## **ABSTRACT**

A study was carried out in order to assess consumers' preferences for beef quality attributes. A total of 521 consumers from three Chilean cities, Talca, Rancagua and Santiago, were interviewed. Conjoint Analysis was employed as methodology to evaluate the structure of consumer's preferences. One kg of beef was used as product for the conjoint exercise. In addition, four attributes were chosen for the evaluation. Using SPSS v.12.0, a fractional factorial design was generated reducing the number of product profiles to only nine. Consumers were asked to establish a rank order of the product concepts according to their preferences. The results of this study point out that the attribute "quality assurance" is the most important influencing consumer choice process. Besides, a cluster analysis was run on the basis of the relative importance scores allowing the identification of four consumer segments. Based on Brandly Terry Luce (BTL) model, market shares were simulated under different hypothetical scenarios. This procedure indicates that a quality assured beef cut, produce considering animal welfare protocols, produced in Chile and with a price of \$3,290, achieves the largest market share. It is important to highlight that the results of this research must be interpret with caution according to its limitations. Lastly, further research should consider the evaluation of the willingness to pay for beef quality attributes in Chile and the assessment of more quality attributes in order to corroborate the result reported here.